

Синергия дизайн - менеджмента в подготовке креативных инженеров

Джумабеков Кудайберген Уразбаевич, кандидат экономических наук,
«Университет «НАРХОЗ», г. Алматы, Казахстан

Аннотация. В статье рассматриваются современные проблемы подготовки кадров для инновационной экономики Казахстана на основе применения в образовательных технологиях принципов дизайн-менеджмента.

Ключевые слова: высокие технологии, дизайн, дизайн-менеджмент, дизайн-мышление, драйверы, инновация, инновационное инженерное образование, инновационный менеджмент качества, парадигма, прогнозирование рынка, управление качеством, управление инновациями.

Article. In the article modern problems of personnel training for innovative economy of Kazakhstan are considered on the basis of application of the principles of design management in educational technologies.

Казахстан сегодня остро нуждается в собственных критических технологиях, новых технологических решениях и актуальных предложениях во многих областях, как единственном пути для придания новых сил казахстанской экономике и социальной сфере. Это ставит перед нынешней системой образования и бизнесом задачи формирования совершенно новых, нестандартных компетенций, которые могут быть достигнуты лишь путём удивительного сочетания знаний и опыта человечества в нынешних, традиционных отраслях и технологических направлениях. И тут без дизайна¹ не обойтись.

Так, Форсайт компетенций профессий будущего неумолимо свидетельствует о том, что к 2030 году будут востребованы компетенции «новых людей для новой экономики». Мультидисциплинарность образовательных программ становится основным и неизбежным условием конкурентного преимущества работника будущего.

Специальные исследования, проведённые в Сколково позволили определить контуры будущих специальностей и профессий. Вот лишь некоторые из списка специалистов со взаимосвязанными компетенциями: *менеджер непрерывности бизнеса; проектировщик «умных сред»; агроинформатик; агрокибернетик; бренд-менеджер пространств; дизайнер эмоций; ИТ-генетик; киберследователь; консультант по безопасности личного профиля; координатор образовательной онлайн платформы; проектант систем рекуперации...*

В этом списке на сегодня пока 198 профессий, о которых мы ранее не могли даже фантазировать! Примечательно, что более 80% указанных профессий требуют знаний и компетенций в области инженерии и дизайна[1]

Между тем, в Казахстане работодатели формируют запрос на новых специалистов, ориентируясь на текущие потребности, совершенно не учитывают потребности в профессионалах международного уровня для всех отраслей в связи с глобализацией процессов и бизнеса.

Многие вузы Казахстана в условиях быстро меняющейся экономической и социальной реальности не учитывают изменившиеся условия состояния самого объекта управления — социума, рынка, человека — «распалась связь времён», а методы познания и управления остались прежними, т. е. неадекватными, мы пытаемся открыть

«новую дверь» старыми «ключами». И выход из создавшейся ситуации видится в том, чтобы уйти от жестких программ и пассивных систем преподнесения знаний, явного консерватизма организационных форм учебного процесса и т. д., которые являются одномерным процессом усвоения знаний.

Студент должен получать теоретические и практические знания, позволяющие прогнозировать проблемы и направления будущего развития как через классические, так и через неклассические знания, необходимые для выработки целостного мышления. А эти знания могут быть получены только на основе интеграции гуманитарных, естественных и технических наук, иными словами — путем использования эффективного потенциала дизайнера, создающего до 11 новых видов добавленной стоимости.

Возможности современного дизайнера гораздо шире аналитического мышления, базирующегося на обработке уже существующей информации, которая становится уже недостаточной. Инновации порождаются принципиально новым типом мышления — умением синтезировать и создавать новое, когда требуется увязать воедино противоречивые и неявно сформулированные требования к новому продукту. Отсюда ключевой задачей профессионального образования становится технология формирования и развития системно - креативного мышления. Сегодня становится важнее правильно думать, чем много знать: *«Воображение важнее знания» (А. Эйнштейн)*. Ныне важнейший критерий не в том, чтобы стремиться знать всё, а *знать, как получить необходимые знания.* Универсализм специалиста сегодня заключается не в объёме полученных знаний и навыков, а в овладении общей системой ориентации в жизни, умение постоянно пополнять и дорабатывать свою личную систему знаний, уметь находить путь к уже существующему знанию и уметь генерировать новое знание (*личностное — М. Поляни*). Жить — значит познавать, думать в глобальной системе координат, решая свои локальные проблемы. Ибо, *«Лучшее в мире образование дается в борьбе за выживание (Уэнделл Филлипс)*.

Попытаемся разобраться в вопросе о роли дизайн-мышления для бизнеса: почему мы должны уделять более пристальное внимание дизайну вообще и как дизайн может помочь управленцу?

В целом, дизайн-подход позволяет получить ответ на вопрос: *«Каким образом, разработать новый продукт или услугу, ориентируясь на конечного потребителя?»* Это метод выявления скрытой потребности. Но ключевые слова для его описания — «создание» и «действие». *«Алгоритм создания нового» - эта фраза, которая, пожалуй, лучше*

¹ - Во многих вузах развитых стран наравне с программами по менеджменту и маркетингу существуют программы по дизайну в этой области (промышленному, одежды, интерьера, автомобилей, графики, видео, анимации и пр.) Сейчас дизайн активно развивается по всем направлениям. Само понятие «дизайн» обретает начальное (инженерное) значение, а не то поверхностное, которым привыкли у нас называть внешнюю оболочку товара.

всего отражает суть дизайн-мышления, если представить его совсем коротко.

Главная идея дизайна — на основе инженерии создавать продукты с лучшими качественными характеристиками за счёт генерации новых технологий. Мировой бизнес

² На основе этих реалий, как неотъемлемая часть стратегий глобальных брендов, энергично формируется новый рынок **дизайн-исследований**, позволяющих выявить те потребности пользования, которые приводят к созданию действительно инновационных и захватывающих человека продуктов.

Создание любого нового изделия высокого качества и возможность его успешной реализации на рынке определяются не только его интересным инженерным решением, использованием инновационных технологий и низкой себестоимостью, но и дизайн — менеджментом, эффективность которого подробно описано в монографии М. Пресса и Р. Купер «Власть дизайна: Ключ к сердцу потребителя»[12]. Об этом свидетельствует и общий вывод европейских исследований, который подтверждает, что примерно 90% внедренных дизайнерских проектов принесли прибыль, 25% открыли новые внутренние рынки, а 13% послужили причиной возникновения новых или увеличения старых статей экспорта. В числе других эффектов — снижение затрат на производство, уменьшение складских запасов, увеличение рентабельности продаж и улучшение имиджа компании.

О дизайне в контексте инноваций впервые заговорили на экономическом форуме в Давосе ещё в 2006 году. На уровне же образовательных программ MBA трансформируется в программу MDes (MBA (Master of Design (MBA), развивающую не только аналитические способности будущих управленцев, но и дизайн-мышление. Более того, дизайну уделяется значительное внимание в мире и на государственном уровне.

Технология обучения, ориентированная на дизайн-мышление позволяет уже в течение полутора — двух часов организованного мышления «почувствовать» суть проблемы намного глубже и продвинуться к решению намного дальше, чем за недели, а может быть и месяцы беспорядочных поисков[2] На эту технологию, как на каркас, «одевается» **любой предметный материал, в виде учебной дисциплины или конкретной управленческой ситуации.** Это и изучает дизайн-менеджмент, который является **и научным подходом, и дисциплиной для будущих специалистов**, крайне необходимых в казахстанских условиях энергичного формирования конкурентной экономики, нацеленной на качество процессов, товаров и услуг. А значит и суть новой парадигмы состоит в том, что **дизайн — это мощный инструмент инновационного менеджмента качества, ибо, как указал М. Портер покупатель приобретает не продукт как таковой, а его ценность лично для себя.**

Какой смысл принято вкладывать в слово «стандарт» или «качество», или «лучшие мировые стандарты на товары и услуги»? Универсальным критерием определения пользователем стандарта (качества) любой продукции, услуги или процесса является уровень

сегодня использует дизайн как важнейший стратегический ресурс компаний, ибо в условиях кардинальной трансформации культуры потребления людей **«дизайн способен принести компании 11 типов добавленной ценности, иначе — базы, на которой можно построить бизнес».** соответствия этого продукта своему предназначению, или иначе - степени удовлетворённости потребностей людей этим продуктом. Такова логика материального и нематериального мира, который создаёт человечество на современном этапе своего развития.

В этих условиях уникальность и парадоксальной ситуации проявился в том, что принципы разработки как международных, так и национальных стандартов, базируются лишь на требованиях как **«делать вещи правильно»**, а не в том, чтобы **«делать правильные вещи».**

Ключевой мировоззренческий принцип дизайн-мышления, которым является **эмпатия — умение взглянуть на мир глазами других людей, понять их потребности, желания, стоящие перед ними задачи** — совершенно не учитывается при разработке как стандартов, так и систем менеджмента качества. А ведь именно этого требует от современного бизнеса произошедшая в последнем десятилетии кардинальная трансформация культуры потребления, когда требуется найти ответы не только на вопрос **«как создать продукт, который хочется купить?»**, но и на вопрос **«каким бы мог быть такой продукт?»**

К сожалению, существующие государственные образовательные стандарты Казахстана по подготовке специалистов в области систем инновационного менеджмента качества практически не предусматривают обучение управлению дизайном, что сдерживает его реальный вклад в решение главной задачи национальной экономической системы - **обеспечения качества конечного продукта, соответствующего требованиям потребителей.**

Поэтому вузам и предприятиям Казахстана необходимо безотлагательно предпринять совместные шаги по разработке новой образовательной программы на междисциплинарной платформе дизайн — менеджмента — «Управление качеством», позволяющей эффективно конструировать оптимальный набор постоянно меняющихся компетенций на протяжении всей траектории обучения.

Именно эта программа была представлена Жюри Международного конкурса «Качественная инновация года-2016» Праге 2 февраля 2017 года, которая стала единственным финалистом среди исследовательских работ вузов СНГ в номинации «Потенциальная инновация в секторе образования» (автор проекта доц. кафедры «Технологии и экология» Школы финансов и технологий университета «НАРХОЗ», к. э. н. Джумабеков К. У.).

Как и во всём новом — имеются определённые проблемы. Попытки впервые внедрить в Казахстане образовательную программу, развивающую такие надпрофессиональные навыки и компетенции, как системное мышление, клиенториентированность, межотраслевая коммуникация, знание разных типов культур, навыки управления проектами и людьми, умение работать в режиме многозадачности и постоянно меняющихся условиях — встречаются у администраторов от образования безразличие. Между тем, развивая надпрофессиональные навыки, специалисты будущего смогли бы без особого труда приобретать новые знания и развивать свою карьеру в различных отраслях экономики.

² - Следуя пониманию Нортон и Каплана в «Сбалансированной системе показателей. От стратегии к действию», бизнес — это цепочка создания добавленной ценности. **The Next Phase: Laying Bare the Contributions of Design.** DMI Review, vol. 20, #2, 2009. <http://www.park-design-management.com/>

Создание конкурентоспособного продукта на базе высокоэффективных технологий с использованием средств и методов дизайна может стать одним из реальных способов решения проблемы, который достигается путём подготовки специалистов в области дизайн - менеджмента

и энергичным внедрением образовательных технологий, ориентированных на включение дизайна во все этапы инновационного процесса создания конкурентоспособной продукции - от проектной идеи до утилизации.

Литература:

1. Университет «СИНЕРГИЯ». Поступи онлайн. URL: https://postupi.online/professii/perspektiv-budushee/?page_num=17
2. А. В. Шевырѐв, М. Н. Романчук, «Формирование и развитие системно-креативного мышления – базовая стратегия образования в XXI веке», «Независимая газета». URL: <http://spkurdyumov.ru/education/formirovanie-i-razvitie-sistemno-kreativnogo-myshleniya/>
3. Концепция развития дизайна в Российской Федерации. URL: <http://www.designet.ru/context/laws-docs/?id=30154>
4. Задесенец Е.Е., Сергеева Г.К. Дизайн-технологии создания и продвижения инновационной продукции на потребительский рынок. – М.: ВНИИТЭ, 2009.
5. Очерки истории становления государственной системы дизайна. Том 1/ Под общей редакцией А.А. Грашина. – М.: ВНИИТЭ, 2011.
6. Commission of the European Communities. Brussels. 7.4.2009 (Commission Staff Working Document: Design as driver of user-centered innovation). URL: http://www.euopanunl/id/vi7jgtbfxvzl/commission_staff_working_document_design
7. European Commission. Industrial innovation. European Design Innovation Initiative. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/edii_en.htm
8. European Commission. Industrial innovation. Design for innovation. European Design Innovation Summit - Helsinki, 17-18 September 2012. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm
9. Экономические и социальные оценки инноваций. URL: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-41/59.htm>
10. Мастер-класс Алексея Матлакова «Роль дизайна в экономике любого бизнеса». URL: http://nc.hse.ru/article/2011/03/16/_1515.htm
11. Аналитический отчет по итогам экспертного исследования «Роль дизайна в бизнесе: эффективный дизайн». URL: http://rosdesign.com/design_materials/seminar.htm
12. Пресс М. Власть дизайна: Ключ к сердцу потребителя/ Майк Пресс, Рэйчел Купер; пер. с англ. А.Н. Поплавская; науч. ред. Б.П. Буландо. – Минск: Гревцов Паблицер, 2008.
13. Дизайн-индекс. URL: <http://design-management.ru/articles/articles/?id=92>
14. Кризис – время дизайна. URL: <http://www.design-management.ru/articles/articles/?id=115>
15. Сайт Британского Совета по Дизайну. Публикации. URL: <http://www.designcouncil.org.uk/publications/>
16. Британская Высшая Школа Дизайна. URL: http://www.britishdesign.ru/content/about_rus/
17. Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия. <http://www.ghpa.ru/>